互联网思维下传统媒体和新媒体融合发展探讨

摘　要：随着新媒体的普及和丰富的应用，以移动互联网技术推动建设的新媒体平台改变了原有的媒体格局，媒体的变革时代到来，传统媒体逐步向新媒体转型，其生存与发展的重点在于创新信息传播方式、掌握新媒体的传播途径和规律，快速有效地与新媒体进行融合发展。促进传统媒体与新媒体的融合发展，在新形势的传播环境下，传统媒体节目的制作趋向社会化，服务形式和传播方式的多样化，构成了发展和价值共赢的发展格局。传统媒体要借力于多行业、多媒体的合作创新经营模式，将分散、单一的传统模式向规模化、密集化的新媒体方向转变，以推动传统媒体的自身成长和市场空间的拓展，使传统媒体能够体现移动媒体、交互媒体的应用方式，迎合现代受众的应用需求，促进自身和新媒体的融合发展。

关键词：互联网思维；传统媒体；新媒体；融合；对策
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）09-028-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.09.001

文 / 徐丹丹

1. 媒介融合状态存在的问题

现代科学技术的发展进步，推动了互联网技术的不断发展，其技术应用范围不断拓展，已经明显改变了现代社会民众的生产生活方式，人际沟通和交流打破了时间和地域的局限，也突破了信息传递媒介的局限，凸显了技术提供服务的理念。在互联网思维的影响之下，新媒体成为当今社会的标志性特征，有别于传统媒体形式的新媒体形式成为传媒行业的主角，其在管理机构、业务经济模式以及传播内容等方面都与传统媒体存在较大的差异。基于新媒体的应用优势和个性特征，社会受众更青睐于各种新媒体形式，传统媒体的受众基础以及市场空间受到严重影响，传统媒体受制于自身滞后的管理体制和工作理念，没有形成与新媒体相互融合的价值观念和发展理念。互联网思维下的媒体工作内容，不仅需要关注工作对象本身，更需要关注其周围的各种链接关系，传统媒体缺乏对相互融合以及新旧工作理念的正确认识，片面地认为新媒体只是工作形式发生改变、互联网只是媒体信息传播的新工具，必然会影响其自身发展规划以及发展战略的制定，同时也会限制新时代背景下自身的生存和发展。[1]

2. 媒介融合背景下之间相互冲突

当前形势下，传统媒体与新媒体的融合发展，将会给自身带来本质性的改变。与此同时，传统媒体若想实现理想的融合效果，必须有能够具备新发展形式运作能力的管理体制和工作机制作为发展支撑，而在实际的工作中，很多传统媒体的管理机制和自身体制，都成为限制自身灵活发展以及机动性改变的重要制约因素，不利于在现在的媒体环境中实现持续发展。面对日趋激烈的市场竞争环境，为实现自身的市场盈利空间以及经济效益，传统媒体之间缺乏深度合作，彼此各自为营，缺少大局为重的战略性眼光。很多媒体都会对优质的电视节目进行效仿性制作，有些媒体具有精良的制作资源能够做出赏心悦目、观众认可程度高的作品，而有些媒体自身的制作资源却相对欠缺，一味对别人进行效仿，不仅难以实现市场份额的拓展，反而会影响自身的综合竞争力。传统媒体之间缺乏优势互补性的合作，导致很多地方媒体面对全新的媒体时代和格局，处于被动的接受状态，而缺少能够改变自身发展劣势的能力，体制的限制更使很多传统媒体企业专业人员的选聘、先进制作设备的完善都成为空谈，甚至连来自主发展的权力都被剥夺。媒体融合的机制和现行的行业体制之间相互冲突，使传统媒体的发展之路更加艰难。[2]

3. “融”而不“合”存在状态

有些传统媒体能够迎合时代的发展要求，而积极主动向新媒体形式靠拢，积极践行与新媒体的融合发展之路，但是却少有成功的案例出现。目前新媒体还是当前媒体行业的佼佼者，传统媒体在与新媒体融合的过程中缺乏科学有效的指导，对自身的发展定位也存在偏差，表面上的融合造成了“融”而不“合”的发展状态。传统媒体不仅需要将自身的传媒内容和传媒形式进行改变，重要的是自身的发展战略和发展思想需要契合新媒体的发展节奏，需要对自身的本质进行改变，缺乏本质性思想的改变，便会导致自身的改变只是对新媒体形式化的效仿，难以实现传播内容的创新，自然也难以吸引受众的关注，缺乏受众基础的传媒工作便缺乏继续发展的动力。经济社会发展形势的改变，媒体制作节目同样需要有充足的资金、人力、物力作为支撑，也需要自身能够提升竞争意识去从经济的角度思考问题，如果还沉浸在“自身是行业标杆”“自身不需要参与市场竞争”的滞后工作思想，那么

传统媒体也终将会被经济市场淘汰。[3]

4. 互联网思维下传统媒体和新媒体融合发展的途径探究

4.1 树立媒体融合的创新理念

传统广电媒体要认清现代社会的发展形势，积极面对时代发展所带来的发展机遇和挑战，摒弃传统的发展思想，探索能够契合时代发展需求，同时有利于自身发展进步的新举措，与新媒体的有机结合是传统媒体的必然发展之路。互联网技术的不断发展拓展了传统媒体的发展空间和服务领域，以较高的服务质量为用户提供丰富的节目内容，为传统媒体的转型发展提供必备条件和坚实基础。新兴媒体已从数字化逐步向智能化演化，传统媒体要把数字化的成果扩大化，借助互联网等新型技术手段，创新技术融合应用理念，提高自身智能化水平，不断地提升媒体的生产力和传播力。新媒体的发展呈现多元化的发展趋势，但基本特点都是建立在现代的计算机网络技术之上，传统媒体要对这种新型传播技术进行全面的学习和掌握，加快建设符合自身发展需求的传媒体系。很多传统媒体都成立了自己的微博和微信平台，增加与观众的沟通交流和互动，应用先进技术和创新理念为社会呈现更有感染力和传播力的新媒体服务内容。

传统媒体需要将自身的管理体制、工作机制、发展观念都进行改变。在当前的媒体发展形势下，传统媒体其实具有得天独厚的优势，但是同时也会面临前所未有的发展挑战，传统媒体应当将自身发展过程中积累的丰厚的文化背景以及传播功能作为发展优势，同时及时反思自身的发展过程中存在的问题，优化自身的资源配置，提高对先进制作力和生产力的投入，提升自身的市场竞争意识，为自身与新媒体的融合发展奠定坚实的基础。[4]

4.2 生产高质量的咨询产品

内容是吸引受众关注力的最直观因素，因而传统媒体不仅需要将传播形式进行改变，更要将传播内容进行创新，能够符合现代受众的审美诉求，进行高品位、高质量的节目制作，进而获得更为坚实的受众基础，只有受众才是保证自身长久发展的关键。互联网思维下，受众的多元化诉求也逐渐增多，受众能够自主接触传媒、自主选择节目内容，传统媒体便要对受众的多元诉求有深入的了解，并积极进行自主创新，以保证自身的节目制作内容能够在海量的节目资源中获得受众的认可，并将优质的内容通过多种途径向受众传播，获得更广泛的受众关注，以高质量的咨询产品获得市场的认可。

4.3 制定融合的管理机制

为改变当前传统媒体与新媒体融而不合的局面，传统媒体需要将自身进行本质性的改变。其一，需要将自身的运营流程进行调整。媒体节目的制作和生产应当是以受众的需求为第一位，同时辅以合适的传播平台，节目的运营需要契合平台的发展性质；其二，需要对自身内部结构进行重组。传统媒体的内部机构对于新媒体环境而言过于僵化，需要在人员配置、专业队伍选聘、职位晋升、绩效考核等多个方面进行管理体制的完善；其三，需要实现信息资源的共享。传统的行业特征是彼此之间各自为政，但是面对当前的发展形势，开放和融合也是必然的选择，传统媒体需要先放下自身姿态，积极与供应商、运营商进行沟通互联，并积极与同行业之间进行互补和互助，对彼此的优质资源进行共享，逐渐形成行业内部互助共赢的发展局面。[5]

5. 结语

互联网思维下传统媒体需要改变的不仅是传播形式，更需要将自身的发展思想和工作体制进行革新，传统媒体需要正视自身在互联网思维下的发展劣势，通过树立媒体融合的创新理念、生产高质量的咨询产品、制定融合的管理机制等措施，积极进行自我完善，实现与新媒体本质上的结合，进而在媒体行业中能够源源不断地汲取自身发展动力，促进自身受众群体和市场空间的不断提升，进而实现持续发展。媒

参考文献

[1] 刘保国．互联网思维下传统媒体和新媒体融合发展探讨[J]. 科技传播，2016（10）：65-66.

[2] 赖小兵．传统媒体和新媒体融合发展态势研究——以新华全媒头条的融合和创新为例[J]. 出版广角，2016（17）：28-31.

[3] 黄文芝，邢慧臻．地市级地方传统媒体与新媒体融合发展策略研究——以张家口市为例[J]. 统计与管理，2015（6）：58-59.

[4] 戴元初．传统媒体的互联网思维与互联网的媒体思维[J]. 青年记者，2015（21）：73-74.

[5] 张巍瀚，汪洵．广电媒体思维变革与媒体融合[J]. 理论观察，2017（1）：79-81.

（作者单位：阜阳广播电视报社）